

TRANSFORMACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN EN PROCESOS COMUNICATIVOS COMUNITARIOS

SOCIAL TRANSFORMATION FROM PARTICIPATION IN COMMUNITY MEDIA

MARTÍNEZ ORTIZ DE ZÁRATE, Ana

(UNED)

amartinez2408@alumno.uned.es

Resumen: Estamos en un contexto en el que cada vez tenemos más facilidades para que la ciudadanía participe en los medios de comunicación; sin embargo, estas oportunidades no han conseguido cambiar el paradigma de los medios tradicionales en favor de un modelo comunicativo horizontal y participativo. De hecho, todavía mucha gente sigue sin conocer en qué consisten las experiencias comunicativas comunitarias. Por ese motivo, queremos conocer estas experiencias y estudiar los efectos personales y sociales que provoca implicarse en un proceso de este tipo a través de la narración de las historias de vida de sus participantes. Hasta ahora, la mayor parte de los entrevistados ha reconocido un aprendizaje, una transformación personal y en cierta medida, también social. Sin embargo, los resultados no son muchas veces los esperados, y los entrevistados reflexionan sobre los problemas y dificultades de los medios comunitarios.

Palabras clave: Aprendizaje, comunicación comunitaria, cambio social, participación.

Abstract: *We are in a context where we have more facilities for citizenship participate in community media; however, these opportunities haven't achieve to change traditional media model in favor of one more horizontal and participatory. In fact, there are a lot of people don't know what are the communicative community experiences. For this reason, we want to know these experiences and to study the personal and social effect, that cause involvement in a this kind of experience, from the narration of the life stories of its participants. Until now, the most of the interviewees have recognized an important learning, a personal transformation and in some measure, also social. Although the results are not often as expected, they reflect on their problems in order to achieve the objectives set as community media.*

Key words: *Learning, community communication, social change, participation.*

1. Introducción

En la actualidad, estamos inmersos en plena crisis no solo económica, sino también social. Una crisis que afecta de forma generalizada a todas las instituciones políticas, y también a las industrias mediáticas. Además, nos encontramos un contexto comunicativo, caracterizado por la democratización de las herramientas comunicativas, a partir del abaratamiento de tecnología y de las facilidades técnicas. Sin embargo, a pesar de estas características de nuestra época contemporánea, no se ha logrado fomentar la popularización de modelos comunicativos participativos y horizontales.

Por lo general, los medios de comunicación tradicionales, incluidos muchos de los nuevos surgidos en Internet, siguen llevando a cabo una estructura en la que el receptor tiene un mero rol pasivo consistente en leer, escuchar o visionar las informaciones transmitidas. En este contexto comunicativo y social nos disponemos a estudiar los procesos de transformación de aquellas personas que participan en experiencias comunicativas comunitarias y la influencia que puede llegar a tener esta transformación personal en el entorno social o comunitario donde se desarrollan.

Nos basamos en la premisa de que la participación en procesos comunicativos comunitarios es una experiencia educativa que favorece la transformación del propio sujeto que la experimenta. Partimos también de la idea de que esta transformación personal se contagia a la misma comunidad, donde el sujeto y el proceso de comunicación comunitaria se desarrollan.

Nuestro objetivo final es comprender estos procesos de transformación personal y social a partir del análisis de trayectorias de vida de implicación y participación activa de la ciudadanía vinculadas a experiencias de comunicación comunitaria en el contexto actual español.

En este artículo repasamos los conceptos claves en los que se basa este tipo de comunicación, describimos la forma en la que nos enfrentamos a la investigación y avanzamos algunos de los resultados y las conclusiones preliminares de las entrevistas realizadas hasta ahora, ya que aún nos encontramos en pleno trabajo de campo.

Por lo general, se ha observado que la mayor parte de los entrevistados ha reconocido un aprendizaje, una transformación personal y en alguna medida, también social. La principal motivación de su implicación en estos medios es la de participar, de alguna forma, en la creación de una sociedad más justa, es decir, suelen ser personas comprometidas y activistas de diversas causas políticas y sociales. Aunque los resultados no son muchas veces los esperados, también reflexionan sobre sus dificultades para conseguir los objetivos planteados como medios comunitarios y apuntan algunas soluciones para superar estos problemas.

Por otra parte, consideramos que además es oportuna nuestra investigación ya que, tal y como expresan los autores Villanueva, Barranquero y Ramos (2016) los medios comunitarios y alternativos no han supuesto una línea regular de investigación por parte de la comunidad académica en España.

2. Aproximación teórica

Repasamos algunos de los conceptos clave en los que se basa nuestro estudio para entender qué entorno estamos investigando.

2.1. ¿Qué entendemos por comunicación?

Beltrán (2007) señala que lo que ocurre normalmente bajo el nombre de comunicación es un monólogo dominante del iniciador del proceso. De hecho, a pesar de los avances tecnológicos que han surgido en las últimas décadas, continúa en plena actualidad la denuncia de este autor y por tanto, la retroalimentación sigue sin emplearse para proporcionar una oportunidad de diálogo genuino, el receptor de los mensajes es pasivo y está sometido, puesto que casi nunca se le brinda la oportunidad para actuar al mismo tiempo como verdadero y libre emisor; así que su papel esencial es el de escuchar y obedecer.

Es un acto tan vertical, asimétrico y autoritario, que a su modo de ver, es una forma antidemocrática de comunicación. Y por ese motivo, Beltrán propone construir un nuevo concepto de la comunicación, un modelo humanizado, no elitista, democrático y no mercantilizado.

Para nosotros la comunicación no tiene nada que ver con este sistema de comunicación tradicional que nos enseñan en la mayor parte de las facultades de periodismo o comunicación, en el que, tal y como Gumucio Dragón (2001) expresa, se está confundiendo información con comunicación.

Para comprender lo que es realmente comunicación, siguiendo los consejos de Gumucio, tenemos que volver a sus orígenes y recordar que etimológicamente la palabra comunicación proviene de la alocución latina *communio*, que nos remite al hecho de participar y compartir.

Creemos, como Kaplún (1981), que solo hay plena participación en la comunicación cuando ambos interlocutores tienen la misma oportunidad de generar sus propios mensajes. De hecho, Kaplún (1998:79) va más allá e introduce el término de prealimentación: “Si se desea comenzar un real proceso de comunicación, el primer paso debiera consistir en poner al destinatario, no sólo al final del esquema, sino también al principio: originando los mensajes, inspirándolos; como fuente de prealimentación”.

Por tanto, en este estudio recuperamos este significado de comunicación y apoyamos la proposición de Gumucio Dragón (2006:5) instándonos a ser más cuidadosos a la hora de usar este término: “¿No podríamos hacer un esfuerzo para preservar la palabra “comunicación” para nombrar los procesos de intercambio entre iguales, procesos de participación y de comunión en el sentido de compartir?”.

2.2. ¿Qué entendemos por comunicación comunitaria?

A este tipo de comunicación, que hemos definido anteriormente, se le han puesto numerosos apellidos: “alternativa”, “participativa”, “de desarrollo”, “horizontal”, “transformadora”, pero como señalan Montero Sánchez y Moreno Domínguez (2014:29) “existe un hilo invisible, pero muy resistente, que las emparenta: la idea de comunidad”.

Entendemos la comunidad como ellos mismos señalan en palabras de Gabriel Kaplún (2007: 313):

Lo comunitario sería una búsqueda por fortalecer el espacio social, reconociendo la importancia de la dimensión subjetiva y las identidades en los procesos emancipatorios. Un intento también por construir esfera pública, espacios de diálogo y debates ciudadanos, donde los medios puedan ser como dice Germán Rey, nuevas plazas para el encuentro, en el nivel local, pero también en el nacional y global. Y por recuperar el origen mismo del término comunicación, no por casualidad compartido con el de comunidad: poner en común.

Gumucio Dragón (2001) también nos hace ver que debemos desmitificar la percepción de comunidad como universo social homogéneo, ya que aunque existe esa visión idealizada, en realidad toda comunidad contiene estratos e intereses muy divergentes.

A pesar de que existen diferentes definiciones de este tipo de comunicación y hemos comprobado que no hay un consenso en su denominación; hemos elegido las características que ha aportado José Ignacio López Vigil (2005:322), y que a pesar de que se centra en las radios comunitarias, las podemos extender a todos los medios comunitarios en cualquiera de los ámbitos que van a ser objeto de estudio:

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria. No se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda las emisoras que así se denominan. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva —y por ello, el nombre— de construir comunidad.

2.3. ¿Qué entendemos por transformación social?

Consideramos que el cambio social es aquel que produce empoderamiento y emancipación en la ciudadanía donde se desarrolla el proceso de comunicación comunitaria; y que no tiene nada que ver con el modelo de desarrollo de crecimiento occidental, basado principalmente en su visión economicista.

En este estudio entendemos que para que haya un efecto positivo tiene que haberse producido el llamado “empowerment” o fortalecimiento de la comunidad, que, como Montero, citado por Gil Jaurena (2011), define así: “el proceso mediante el cual los miembros de una comunidad desarrollan conjuntamente capacidades y recursos para controlar su situación de vida, actuando de forma comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno, según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos”.

Para que haya un verdadero cambio social, este tipo de comunicación comunitaria no solo tiene como objeto proporcionarles un espacio a los testimonios que no suelen ser escuchados en los medios convencionales, sino también ofrecer la posibilidad de apropiarse de estos medios, tal y como especifica Gumucio Dragón (2012) para conseguir un modo de desarrollar la capacidad propia, comunitaria y colectiva, de adoptar la comunicación y sus medios como un proceso coadyuvante a las luchas sociales.

En esta característica ahonda Michel Sénechal (1986), citado por Marí (2011), cuando destaca que los medios comunitarios se caracterizan por funcionar desde la lógica de la apropiación social, lo que implica recuperar el protagonismo de la ciudadanía en el proceso comunicativo, incluyendo la elaboración de contenidos y la gestión del propio medio de comunicación.

Gumucio Dragón (2012) también destaca otra de las características que consideramos clave de este tipo de comunicación: la importancia del proceso de trabajo desde la comunidad y con la comunidad por encima del producto o el resultado en sí. Y es que, como nos recuerda Kaplún, citado por Montero y Moreno (2014), en este enfoque lo importante no es la transmisión de la información, ni los efectos de la misma, sino la interacción que se produce entre los seres humanos. Por otra parte, pensamos que a esta transformación social y personal se llega a través de la participación directa en este tipo de medios.

El término de participar lo concebimos desde una perspectiva amplia. Por eso nos parece oportuna la definición de participación que recoge Denche y Alguacil (1997), en palabras de Chistopher Alexander, que es cualquier proceso a través del cual los usuarios ayudan a diseñar su medio ambiente.

Aun así, conviene aclarar el concepto y Kaplún (1999) nos advierte que no se debe confundir participación con espontaneidad ni con populismo demagógico, es decir, que no basta con que el pueblo se exprese, si lo que expresa no lleva a generar un raciocinio, un juicio personal o una conciencia crítica.

En la actualidad, nos encontramos en un contexto comunicativo en el que, según señala Dolors Reig Hernández (2009:215), cuando alguien participa es que existe “como prosumidor activo, productor de conocimiento”, ya que cada uno puede ser el verdadero protagonista de la web social, participar y ser el origen y el destinatario de la información y del conocimiento. Y es que la sociedad está evolucionando en palabras de Seeley Brown, como recoge Reig (2009), desde la perspectiva de “pienso, luego existo” a la de “participo, luego existo”.

Esta participación está basada en relaciones horizontales entre los miembros, es decir, como señala Santos (2006), requiere que nos ubiquemos frente al otro en términos de igualdad, de manera que podamos comunicarnos más allá de los prejuicios verticales que operan cosificándolo.

La participación activa también tiene importantes consecuencias sobre el propio aprendizaje personal.

En este sentido, partimos del siguiente proverbio campesino, que fue la base de la propuesta de Pedagogía Masiva de Manuel Calvelo (1998): “Si lo oigo, me olvido; si lo veo, me acuerdo; si lo hago, lo aprendo” o de la sentencia de Kaplún (2001: 20): “El ser humano aprende mucho más tratando de construir que repitiendo lo que otros dicen”.

Es importante destacar, en palabras de Barbas (2012), que la comunicación es un fundamento esencial para el aprendizaje, para la socialización y para la construcción del conocimiento. Además, este autor, citando a Prieto Castillo, hace hincapié en que el hecho educativo es profunda y esencialmente comunicacional, ya que la relación pedagógica es en su fundamento una relación entre seres que se comunican, que interactúan, que se construyen en la interlocución.

En esta misma idea ahonda Kaplún, quien considera que aprender y comunicar son componentes de un mismo proceso cognoscitivo, ya que se penetran y se necesitan recíprocamente. Por tanto, Kaplún (2001:37) señala que “si nuestro accionar educativo aspira a una real apropiación del conocimiento por parte de los educandos, tendrá mucho mayor certeza de lograrlo si sabe abrirles y ofrecerles instancias de comunicación. Porque educarse es involucrarse y participar en un proceso de múltiples interacciones comunicativas”.

Para ello, Kaplún (1998: 99) ve indispensable que se haya desarrollado la capacidad empática. Y recoge el “adagio” de un educador inglés que decía: “Si quieres enseñar latín a Pedro, ante todo tienes que conocer a Pedro. Y, en segundo lugar, saber latín”.

En definitiva, tal y como Huergo (2007: 9) revela, concebimos la educación de una forma amplia, como el proceso social de formación de sujetos y subjetividades. Así la define este autor:

Por formación necesitamos entender ese proceso activo y producto siempre inacabado que se debe tanto a la acción como al condicionamiento. Y entre los condicionamientos de la educación no siempre están los “contenidos” escolares o las palabras de los maestros y los padres. También están los productos mediáticos (los programas televisivos, por ejemplo), las referencias de diferentes espacios donde los niños y jóvenes interactúan, y los referentes diversos (entre los cuales, en la actualidad, los pares tienen una potencialidad formativa muy fuerte).

Una vez explicados los conceptos claves en los que nos basamos en esta comunicación, haremos un breve repaso del origen y la historia de este tipo de experiencias. Después, describiremos el trabajo de campo y la metodología utilizada para posteriormente, profundizar en las reflexiones de los entrevistados con respecto a la transformación social como consecuencia de la implicación en procesos comunicativos comunitarios, al igual que las dificultades que han surgido y las posibles soluciones que están implementándose o en proceso de discusión entre todos los miembros del colectivo para decidir si se llevan a cabo.

3. Historia de experiencias comunicativas comunitarias

Las primeras experiencias de comunicación participativa y comunitaria surgieron a finales de la década de los 40 en Latinoamérica, en concreto en Colombia y en Bolivia, a través de la radio.

No se había desarrollado teóricamente este movimiento, así que, podemos decir que la práctica precedió a la teoría y tal y como expresa Dragón Gumucio (2001:30), “las radios mineras establecieron los principios de la comunicación participativa antes de que el término fuera acuñado”.

Estas experiencias, según este autor, fueron el ejemplo más avanzado de la comunicación participativa, ya que fueron concebidas, financiadas y equipadas por los trabajadores mineros, y dirigidas en sus aspectos técnicos y administrativos por los trabajadores, que aprendieron a elaborar los contenidos y a producir los programas localmente.

Por eso mismo nuestros autores referentes los situamos, especialmente, en el contexto latinoamericano, porque fue en este continente donde se entendió desde muy temprano la fructífera relación entre comunicación, participación y educación.

Y porque la visión de EE.UU. tenía como principal objetivo expandir el modelo de desarrollo económico occidental. De hecho, Barranquero (2014) recoge que Beltrán fue uno de los pioneros en denunciar esta perspectiva que llevaba a cabo EE.UU. en el continente latinoamericano. Se hacía evidente el desconocimiento de la estructura social y los contextos históricos latinos, la orientación al cambio individual de actitudes, el determinismo tecnológico y la atención desmedida hacia lo económico, lo urbano o a la promoción del capitalismo como único sistema viable, todo lo cual, añade, contribuía al mantenimiento del statu quo.

En España los medios de comunicación comunitarios empezaron a surgir durante la transición y desde entonces, con mejores y peores épocas, se han mantenido hasta la época actual.

Javier García (2013) señala que en sus orígenes se trataban de emisoras independientes de grupos políticos, empresariales o económicos cuya gestión y programación se elaboraba de forma colectiva, promovidas por un grupo de personas o por una asociación sin ánimo de lucro, siendo un fenómeno eminentemente urbano.

4. Metodología

La metodología utilizada para estudiar estos procesos de transformación es a través de las historias de vida, en la que a partir de casos concretos narrados por sus propios protagonistas podamos encontrar las claves para entender el proceso y los factores que influyen en el mismo para que se pueda dar una verdadera transformación personal y social.

Se entiende como historia de vida tal y como definen Pineau y Le Grand (2013) la investigación y la construcción del significado partiendo de hechos temporales personales. Bertaux (1999), citando a Denzin (1970), añade que son estudios de casos sobre una persona, incluyendo no sólo su propio relato de vida, sino también otras clases de documentos como por ejemplo pueden ser blogs o páginas web, vídeos, cartas, fotografías.

La intención de este estudio no es solo conocer esas voces ocultas y hacerlas partícipes del estudio sino que, como señalan Espejo y Le Grand (2009), a través de la utilización de este método pueda llegar a ser un elemento de emancipación personal, ya que, como indica Bolívar (2014: 720), “cuando se narra una vida no sólo se recoge lo que se ha aprendido en ella, sino que en el acto de narración mismo acontece un aprendizaje, es decir, la narración es un aprendizaje-en-acción”.

Otra de las razones por las que se ha elegido esta metodología de estudio ha sido porque una de las características básicas de la comunicación es que todas las personas puedan participar en el proceso comunicativo. Por tanto, que cada uno de los protagonistas narre y reflexione a partir de su propia historia personal y social, nos parece un método adecuado y coherente con los objetivos y finalidades de este estudio.

Además, no hemos encontrado ninguna investigación previa en la última década, en el contexto español, que se haya centrado en el estudio de las experiencias e historias de los propios participantes de medios de comunicación comunitarios. Por esos motivos, creemos oportuna, aún más si cabe, plantear este enfoque metodológico en nuestra investigación.

4.1. Orientaciones metodológicas

El análisis se formula desde un enfoque temático en el que aparecen contenidos como son las motivaciones personales para involucrarse en una experiencia comunicativa comunitaria; las actitudes y valores que cambian; así como las habilidades y los conocimientos, que se adquieren a partir de esta implicación. También, destacan las transformaciones sociales que se llevan a cabo y el efecto multiplicador que se consigue en otros miembros de la comunidad. Por otra parte, cuando los entrevistados reflexionan sobre este tipo de medios también resaltan los problemas y las dificultades que surgen durante el desarrollo de la experiencia y las soluciones que pueden aportar.

Asimismo, la perspectiva es horizontal, que consiste, según la definición de Pruaño, Cano y Soriano (2009) en comparar el conjunto de historias de vida de cada perfil biográfico, para identificar patrones concurrentes, temas comunes, solapamientos y divergencias en las trayectorias de vida.

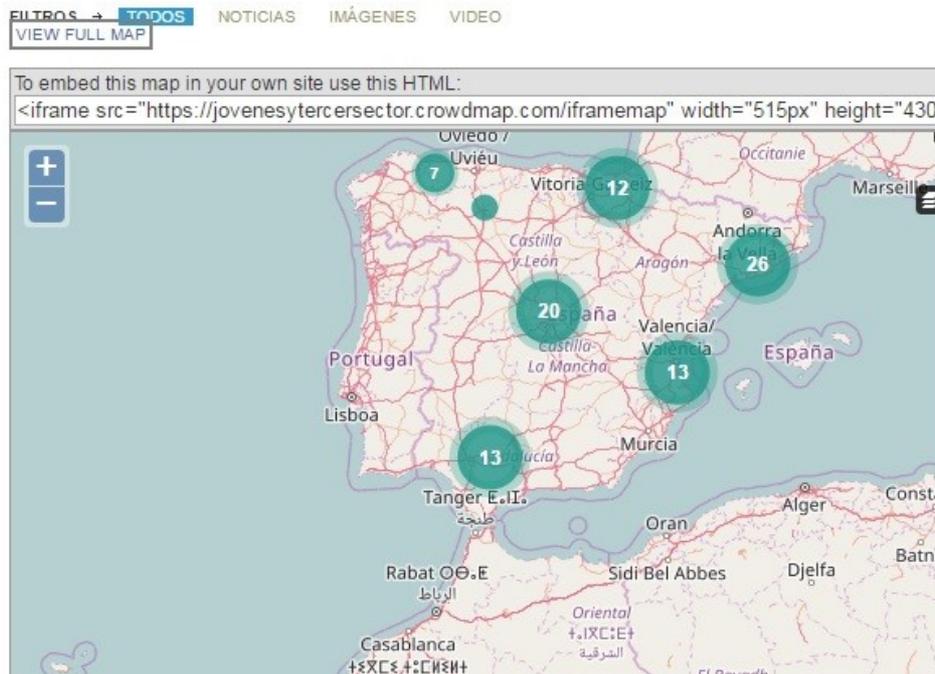
También, creemos que es importante tener en cuenta el concepto denominado por Bolívar (2002) como “visión binocular”, que significa que se lleva a cabo una doble descripción, donde se retrata la

realidad interna del entrevistado, pero por otra parte, se tiene en cuenta el contexto externo, que aporta significado y sentido a la realidad vivida por el protagonista.

4.2. Trabajo de campo

A la hora de elegir a las personas y experiencias participantes hemos tenido en cuenta el conocimiento que se tenía de antemano de los participantes por parte de la investigadora y el mapa de medios comunitarios, que elaboró el estudio de La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación.

Figura 1. Pantallazo del mapa elaborado por el estudio La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación.



Tenemos que hacer hincapié en que, según nuestro enfoque, la tecnología es solo un medio, por tanto no es relevante elegir solo un ámbito de estudio a partir de la tecnología usada para participar en procesos de comunicación comunitaria.

Las experiencias seleccionadas lo han sido bajo el criterio de la variedad, ya que queremos encontrar diferentes perfiles lo más heterogéneos posibles; y por eso, hemos decidido centrarnos especialmente en tres ámbitos de estudio: la radio comunitaria, la comunicación audiovisual participativa y los escenarios colaborativos virtuales.

Por ahora, las personas entrevistadas pertenecen a las siguientes experiencias:

Experiencia comunicativa	Tipo de experiencia
Cibercorresponsales	Virtual colaborativo
Kaos en la red	Virtual colaborativo
Acsur Las Segovias	Audiovisual participativo
Toma La Tele	Audiovisual participativo
Radio Enlace	Radio comunitaria
Radio Almenara	Radio comunitaria
Districto 19	Periódico comunitario (papel)

El guión de preguntas en el que nos hemos basado se ha estructurado de esta forma:

- Historia y contexto familiar personal.
- Experiencia personal en comunicación comunitaria (causas y motivaciones).
- Proceso de aprendizaje personal.
- Proceso de transformación personal
- Historia y evolución de la experiencia comunicativa comunitaria.
- Historia del contexto social.
- Relación de la comunidad con la experiencia comunitaria.
- Transformación de la comunidad a partir de la comunicación comunitaria.

5. Resultados

5.1. Transformación personal

Creemos que el primer paso para que exista una transformación social es que los participantes en estas experiencias comunicativas sean conscientes de un aprendizaje personal transformador.

La mayor parte de los entrevistados ha reconocido que participando en este tipo de experiencias ha adquirido un importante aprendizaje, que ha valorado de forma muy positiva. Todos entienden, como Juan Freire (2009), que el aprendizaje no solo sucede dentro de espacios acotados e institucionalizados para ese fin, ya que la vida es un continuo de experiencias que significan oportunidades para aprender.

Así pues, han destacado que han adquirido nuevos valores, han descubierto rasgos de sí mismos que desconocían, incluso, han luchado por cambiar lo que les gusta menos y han aprendido a ser más flexibles y abiertos de mente.

Una característica de la participación en este tipo de prácticas, tal y como destaca Mayugo (2015) es el cambio que se produce en las percepciones iniciales y/o sesgadas sobre la realidad, e incluso llegan a descubrir otra nueva realidad que hasta entonces había permanecido escondida. Así les ha pasado a algunos testimonios entrevistados. Por ejemplo, dos de ellos, han reconocido los prejuicios y el desconocimiento que tenían hacia el movimiento okupa. Incluso, una de las entrevistadas, logró vencer sus miedos iniciales y estuvo ocupando una vivienda durante un tiempo, lo que, en sus propias palabras, le hizo transformarse y volverse más solidaria con este movimiento.

En este tipo de experiencias sale reforzado el empoderamiento de las personas, como han reconocido todos los entrevistados. Así lo expresaba uno de los testimonios, cuyo empoderamiento se ha visto incrementado por el grupo al que pertenece, y que, por supuesto, tiene consecuencias sobre la comunidad:

Saber que tenía el apoyo de ciertas personas con las que compartía valores e ideología, y afición a la radio y preocupaciones. Eso es lo que yo creo que a mí me ha hecho sentirme bien conmigo misma y seguir en Almenara, y empoderarme a mí misma y decir, pues, no estoy sola y sé que en cualquier momento, puedo contar con ellos. Porque al final, es eso, sí, creo que es el vínculo emocional, lo que a mí me ha empoderado. (Participante en radio Almenara).

5.2 Transformación social y comunitaria

Tal y como Montero y Moreno (2014: 90) destacan, este tipo de experiencias comunicativas se plantean desde el horizonte de un “empoderamiento politizado”, es decir, facilitan las herramientas para que los participantes puedan descubrir un compromiso político amplio en el ámbito colectivo. Se trata de ayudarles a visualizar los problemas inmediatos que les rodean, desde una perspectiva crítica, facilitar que puedan ponerse de acuerdo con otras personas en distintos caminos de acción, fomentar el desarrollo de habilidades que les permitan recorrer estos caminos con confianza y, por último, plantearse estrategias que puedan mejorar el contexto en el que están actuando.

Como expresa Sandoval (2010) ya en la década de 1960, Paulo Freire (1970) insistía, basado en experiencias de alfabetización, que el diálogo auténtico, el reconocimiento del otro y el reconocimiento de sí en el otro, constituye una decisión y un compromiso de colaborar en la construcción del mundo común; ya que existir humanamente, es pronunciar el mundo, es transformarlo.

Por eso mismo, observamos que todos los entrevistados han mostrado una conciencia política importante y amplia; y para ellos, la participación en este tipo de medios responde a una motivación por cambiar y transformar el mundo. Su implicación en estos procesos constituye su forma de ser activista, aunque luego cada uno, lo adapte de una forma diferente a su propia vida.

Llevar adelante un medio comunitario es activismo. No solo es que nos une el activismo, sino que nos encontramos todo el tiempo en la calle. Y nos encontramos en la acción del medio. El activismo es eso, porque qué es el activismo, finalmente. Es esta lucha. Yo estoy haciendo activismo cuando escribo para Kaos y hago activismo, cuando voy a un Stop Desahucios, y hago activismo cuando voy a cubrir una manifestación, y hago activismo cuando hago una entrevista a una persona que ha sido torturada. (Participante en Kaos en la red).

Al final, ves que los que siguen ahí (son) los activistas un día, y otro y otro. (...). Vamos, yo por lo que yo vivo, por lo que creo que les pasa a otros igual, es por lo que no puedes pasar por encima de ello, es la lucha de tu dignidad y la lucha de la defensa de los derechos humanos y de la dignidad del de al lado, porque es superior a ti, porque no, porque (ante) un pisoteo fragante no te vas a quedar callado ni quieto. (Participante en Toma la Tele).

Yo personalmente, el periodismo me ha servido, más que como medio de vida, como medio de militancia. (Participante en Distrito 19).

En algunos casos, observamos que los participantes de medios comunitarios, ya empoderados individualmente, se han convertido en facilitadores para introducir a otras personas en experiencias de procesos comunicativos comunitarios, es decir, se involucran en el empoderamiento de otras personas de la comunidad.

Por ejemplo, el participante y fundador de Cibercorresponsales experimentó en primera persona el empoderamiento juvenil cuando todavía adolescente creó, junto con sus amigos, una revista escrita por ellos mismos. Esa experiencia fue tan influyente para él que, ya de adulto, creó un proyecto adaptado a los nuevos tiempos, pero con la misma meta. Se llama Cibercorresponsales y es una red social y un periódico digital hecho por jóvenes entre 12 y 17 años, cuyo objetivo principal era que “que Cibercorresponsales fuera un altavoz para que estos grupos de jóvenes contaran lo que estaban haciendo y... inspiraran a los demás”.

Por otra parte, la participante de radio Almenara también ha vivido su proceso de empoderamiento y de facilitadora de este tipo de proyectos en la comunidad.

Ella se muestra de acuerdo con Back (2007), citado por Sandoval (2010), cuando expresa que la proliferación de medios y de las redes sociales ha provocado que nos convirtamos en espectadores de las vidas de otras gentes. Por eso, se ha involucrado en un proyecto para conocer la vida de personas del barrio, que cuentan sus propias experiencias y aprendizajes. Esta dinámica no solo empodera a las propias narradoras, sino que se convierten en un referente y en un ejemplo para la comunidad donde viven.

Mujeres ilustres de Tetuán es eso que te comentaba el otro día, empoderar a las mujeres del barrio. Que siempre se cuentan las historias de la reina de no sé dónde, de la Preisler, y bla, bla... y aquí hay mujeres en nuestro distrito que tienen unas historias que son para enmarcar. Y eso es un poco lo que queremos resaltar y destacar. (...) Resaltar sobre todo, la resiliencia de estas mujeres, la fortaleza, sus redes de apoyo, sus amistades, a qué clavo ardiendo se han agarrado para salir adelante. (Participante en radio Almenara).

En Toma La Tele también se tenía muy en cuenta la formación y la capacitación entre los diferentes miembros del grupo y otros afines para que diferentes colectivos tuvieran a su disposición herramientas comunicativas, como por ejemplo el “streaming”, con el objetivo de que cada grupo fuera autónomo e independiente para que pudieran informar.

Dábamos formación, formábamos asambleas, queríamos ser una plataforma para disposición de otras asambleas y otros colectivos, entonces una de las patas era capacitar a la gente para ser ellos mismos los que informaran. (Participante en Toma la Tele).

Las personas que han sido también facilitadores de estas experiencias comunicativas comunitarias han destacado el cambio en los demás participantes de las dinámicas, lo que constituye un primer paso pequeño, pero muy relevante, de la propia transformación comunitaria.

Que tiene un impacto para la autoestima para esta mujer, no me cabe la menor duda. Yo creo que esa persona, el hecho de haber hecho una película de su vida, sobre su historia, el haber hablado con su padre, en grupo con los demás, con los que estábamos ahí, yo creo que salió reforzada. Su autoestima, por ejemplo. (Participante en AcSUR Las Segovias).

Yo creo que Ciberresponsales les ayuda a sentirse importantes, a creer en ellos y eso es algo importante siempre, en cualquier momento de tu vida, pero especialmente cuando tienes 15 o 16 años, ¿no? Yo creo que es un cambio de mentalidad. El empoderarte. (...) Y yo creo que el principal valor de todos (...) es el de participar, o sea, es el de tomar conciencia de que tienes una voz, de que eres importante, de que tienes cosas que decir, y eso te lleva también a tener conciencia de que otros también la tienen y tienes que escuchar. Es un equilibrio, pero tienes, digamos, la capacidad de participar de tu entorno y de inspirar a otros para que lo hagan. (Participante en Ciberresponsales).

Las experiencias de comunicación comunitaria tienen desde sus orígenes en Latinoamérica la vocación de provocar cambios. Por eso, la mayor parte de estos procesos comunicativos, se implican, no solo dando voz a los excluidos de los medios masivos, sino organizando eventos y diversas actividades, con el fin de apoyar las reivindicaciones originadas por la propia comunidad. En algunos casos, han conseguido pequeñas victorias de las que se sienten muy orgullosos. Destacamos algunas de las señaladas:

Hubo un momento en el que en Valderribas fue necesario exigir colegios públicos, porque nosotros queremos colegios públicos. De hecho, una de las cosas que a nosotros nos dijeron era que por la asociación vecinal y por el periódico seguramente se construyeron tres colegios públicos en Valderribas y ninguno privado ni concertado. (Participante en Distrito 19).

Ahora lo han remodelado (el parque donde se desarrolla el Festival de Almenara), y yo creo que en parte, y creo que con orgullo, podemos decir en Almenara, que ha sido un poco por esa reivindicación que hemos hecho año tras año del espacio público para los vecinos y las vecinas. (Participante en radio Almenara)

También, se han identificado transformaciones no solo basadas en logros materiales, sino en los propios sentimientos de las personas que conforman la sociedad.

Eso nos ha pasado en un par de ocasiones, la historia de una comunidad y proyectarla en el salón comunal o algo así de esa aldea o de ese pueblo... uff, es muy fuerte. Todo el mundo se ve en la pantalla y es alucinante, todo el mundo se identifica con las historias de los protagonistas. Es que todo eso no se puede medir, ni tampoco es fácil, es un valor como indescriptible. (Participante en Acsur Las Segovias).

5.3. Dificultades

Rutherford (2007), citado por Sandoval (2010), señala que en términos éticos, posiblemente la principal consecuencia del neoliberalismo, es la idea de que no hay obligación moral hacia los otros. De hecho, Sandoval, añade que Castilla del Pino (1969), ya se interrogaba a finales de la década de los años 60 sobre por qué la presencia de más medios no parecía corresponderse con mayor comunicación. Una cuestión muy apropiada en la actualidad, ya que aunque tengamos mayores facilidades y posibilidades para desarrollar procesos de comunicación, esto no ha implicado que esté habiendo mayor comunicación.

Esta incomunicación entre las personas es el resultado, según Castilla, citado por Sandoval, del debilitamiento de los vínculos o lazos sociales. Este autor también recoge que todo esto está motivado por las conductas competitivas, pues nadie se une profundamente a nadie, porque en último término es un potencial competidor.

Por tanto, para que en la sociedad actual se lleve a cabo una verdadera comunicación como la hemos explicado anteriormente se tiene que luchar contra la compleja dinámica impuesta por el sistema neoliberal actual.

Por eso, a pesar de que hay logros, y los participantes los cuentan muy orgullosos, la mayoría considera que esta influencia en la comunidad es muy pequeña y siempre, desearía que fuera mayor. Además de las dificultades propias del contexto en el que nos encontramos, vamos a repasar otros problemas que han señalado como impedimentos para que se lleve a cabo la transformación social a partir de este tipo de experiencias.

Uno de los puntos que más han destacado, ha sido la limitada difusión de sus contenidos hacia el conjunto de la comunidad.

Falta una gran difusión, el gran salto a los grandes medios. Falta un Toma la Tele de verdad. Y que lo vea todo el mundo. Pero eso no pasa... (Participante en Toma la Tele).

Millones y millones ven la cadena 1, la 2, la 4, etc... Millones leen El País... Cuántos nos leen a nosotros: ¿50 mil, 60 mil personas? Sí, transformás, hay un proceso de transformación, pero es un proceso de transformación muy pequeñito, porque lo que tienen los medios comunitarios es eso, que están limitados. (Participante en Kaos en la Red).

El festival Almenara, (que es) el último fin de semana de junio, tenemos los sábados hasta 1500 personas. Dudo mucho que haya 100 personas que escuchen radio Almenara una vez a la semana. ¿Por qué? (...) Tantos conciertos, tantas actividades para sacar pasta y al final, te da la sensación que nos sacamos el dinero a nosotros mismos, y siempre a las mismas personas de los mismos colectivos, y como que ya nuestras redes tienen radio y ya hemos llegado al máximo de radio que podemos tener y no sabemos llegar a más gente. (Participante en radio Almenara).

Por otra parte, la gran mayoría de los vecinos que sí conocen esta experiencia, desconoce lo que significa ser un medio comunitario:

Entonces aquí para que te venga un vecino a contar un caso, pues pasa mucho tiempo y creo que en Latinoamérica es casi a diario. Me molaría que fuera eso. Yo es una dificultad que veo. Nuestros públicos no están sensibilizados, no saben... a muchos les cuesta saber qué es una radio comunitaria. Entonces, realmente el uso que te quieran dar, pues no... no es el que quisiéramos. Pero eso pasa porque la gente, en muchos de los casos te ve como una radio y te sigue viendo como la Ser o la Cope, pues es un problema. (Participante en Radio Enlace).

Por supuesto, entre los medios de comunicación tradicionales no han encontrado apoyo.

A lo mejor ciertas radios nos tienen estereotipadas o nos tienen como una imagen de cierto prejuicio, ¿no? (Participante en Radio Enlace).

Hubo muchas críticas por parte de las asociaciones de periodistas y tal, porque ya te estabas metiendo, intrusismo, no sé qué... todas esas historias, solo puedo informar yo porque tiene que ser periodismo de calidad, y no que me venga un cualquiera que no ha hecho nada a grabar y a emitir, no sé cuánto. Bueno, al final, se reduce a que hay un pastel que no quieren repartir y ya está. (Participante en Toma la Tele).

Asimismo, la mayor parte de los entrevistados reflexiona que existe poca transformación social, debido también a la escasa coordinación entre estos medios.

Veo que somos islas incomunicadas. Y comunicadas de muy pequeña manera, de forma irregular, con listas de correo (...) Pero que no hay colaboración real en grandes medios. (...). Entonces, dices, algo está fallando. ¿Qué pasa con toda esa información que ni entre nosotros nos conocemos? (Participante en Toma la Tele).

Incluso entre los propios colaboradores de este tipo de medios hay muchos, que tienen un interés particular por hacer un programa y les es ajeno e indiferente totalmente el proyecto comunicativo en el que se han involucrado.

Antes era un requisito que teníamos que hacer formación (antes de entrar), el problema es que encontrábamos muchos problemas en cuanto a la gente. A la gente les decías que había que hacer formación y la gente decía: "Pasamos, vamos a otro sitio". Entonces, vimos que al final era un embudo. Pasaba poca gente. Entonces, cambiamos y quitamos ese requisito.

Para entrar no necesitas formación, la formación la vamos dando. (Participante en radio Enlace).

Asimismo, otra queja es la tendencia a crear nuevos medios comunitarios cuando en ocasiones se podría trabajar conjuntamente.

Yo creo que ahí (a partir del movimiento 15M) se crearon nuevos espacios, (...) pero hombre a mi juicio, a veces no tenía más sentido inventar más herramientas, lo que había que hacer era reforzar las que había. (...). En Hortaleza si llegara otra radio, y montara otra radio también, independiente, sin ánimo de lucro, diríamos: “Algo estamos haciendo mal. ¿No somos capaces de trabajar conjuntamente?”. Y yo creo que debilita, porque al final son dos impactos, dos públicos, dos mensajes... (Participante en radio Enlace).

El problema de la sostenibilidad económica de estas experiencias está muy presente en la mayor parte de ellas, lo que repercute en el ánimo de la mayoría de los entrevistados:

Empezábamos a sentirnos asfixiados, necesitábamos crecer en financiación, necesitamos que pueda haber gente también, quizá, trabajando aquí, para poder dedicarse a esto y hacerlo de forma más seria y tal, y el eterno debate de la financiación, mil asambleas, se iba atascando, proponiendo, no llegaba a estar claro, hacía falta una asociación para tener una cuenta (...) Pero al final, hubo algo que no gustaba del todo, yo no logro acordarme muy bien qué era. (Participante en Toma la Tele).

La gente que no tenemos ese trabajo fuera de la radio, estamos mucho más volcados, muchos más disponibles, por si algo falla en la radio, mucho más atentos a las subvenciones y todo lo demás, y eso es como una pescadilla que se muerde la cola. Sigue precarizándonos a los mismos y sigue beneficiando a los mismos, así que bueno, hay que combatir eso de alguna manera. (Participante en radio Almenara).

A pesar de que una de las características más importante de este tipo de medios es el trabajo colaborativo y la toma de decisiones a través de asambleas, -y de hecho, uno de los mayores aprendizajes suele ser a partir de esta práctica- observamos que también surgen conflictos y problemas a partir de esta metodología. Y como señalan los autores Binder, Fisher y Godinez (2017:25): “La coordinación de grupos es una de las tareas más complicadas, sobre todo cuando se trabaja en condiciones de precariedad” como por lo general suele pasar en las experiencias comunicativas comunitarias que estamos estudiando. Algunos testimonios han destacado enfrentamientos personales, conflictos de ego, pero también observamos diferentes sensibilidades a la hora de tomar decisiones:

Estamos perdiendo una esencia fundamental que es la horizontalidad. Que está bien el grupo motor como para diferenciar comisiones y subvenciones y redes y tal, comunicación al fin y al cabo, pero para tomar decisiones tiene que ser asambleario. (Participante en radio Almenara).

En Toma la Tele surgieron dificultades que impidieron que se materializara la colaboración con Tele K.

Se empezó a plantear la colaboración, casi fusión, de Toma la Tele con Tele K, de tal manera que llegó a constituirse como un intento de colectivo llamado Toma K, Tele K con Toma la Tele, y llegamos a intentar fundirnos, a intentar ver si sus estatutos con los nuestros si cuadraban, hicimos muchas reuniones conjuntas, empezamos a reunirnos y a realizar un montón de grabaciones y de programas y de informativos que se quedaban en el plató de

Tele K, en su material, con todo. Y al final, bueno, lo de otras veces, malos entendidos, luchas de egos, cosas que no cuadraban (...) Y bueno terminó la cosa dejándose, diciéndose venga esto de la fusión con Tele K es imposible, y a raíz de ahí se empezó a enfriar Toma La Tele. (Participante en Toma la Tele).

También, ha habido críticas hacia el planteamiento de proyectos financiados y promovidos por organizaciones del Tercer Sector, que a veces tienen intereses que no concuerdan con las inquietudes de los propios participantes:

(A las organizaciones) les viene muy bien ese tipo de vídeos donde se les ve trabajando en países del sur y enseñando lo que han conseguido que hagan pues población indígena, en el caso de Guatemala, poniéndose una medallita por el hecho de que fíjate que bien les ha quedado el vídeo a nuestros chicos indígenas en Guatemala. Y yo creo que ahí, entonces ese vídeo y esa imposición de terminar un producto final, en el marco de un taller, es por el interés de la organización y no, por los que participan. (Participante en Acsur Las Segovias).

En la mayor parte de los casos no saben cómo enfrentarse a este tipo de cuestiones para mejorar la dinámica del funcionamiento de estas experiencias y la difusión para llegar al conjunto de la sociedad.

5.4. Posibles soluciones

En algunos casos creen que se debería invertir en antenas para aumentar el alcance de la radio, incluso, buscar nuevas maneras de financiación más acordes con nuestros tiempos, aunque estas nuevas formas cueste ponerlas en práctica por las diferentes sensibilidades dentro de los grupos comunitarios.

Algunas experiencias han intentado llevar a cabo alianzas con medios similares, pero con diferentes resultados.

Por ejemplo, en Kaos en la Red la experiencia de trabajo colaborativo con medios afines está siendo satisfactoria:

Ahora estamos en un proceso, ya que tiene más de un año, de trabajar La Haine e Insurgente junto con Kaos. Entonces, hicimos una redacción virtual y estamos trabajando las tres webs (...) de forma conjunta. (...). Lo que hacemos es que hay notas que lo hacemos entre los tres medios. Lo firmamos los tres medios (...) independientemente de qué medio lo haya hecho. Y se publica en los tres medios a la vez. (Participante en Kaos en la Red).

Otra idea, tratada por varios testimonios, es la necesidad de que se estudie la comunicación comunitaria y sus diferentes experiencias en los propios centros dedicados a la formación de los comunicadores, donde hasta ahora no ha habido mucha incidencia.

(En la Facultad de Periodismo) allí no existía la radio comunitaria. (...). No se ha hablado de esto, ni de otro modelo de radio similar a la nuestra: los radio clubs obreros... o la radio educativa... En la facultad nadie me ha hablado de Paulo Freire haciendo radio. (Participante en Radio Enlace).

6. Conclusiones preliminares

En definitiva, todos los testimonios, sin excepción, han considerado que han adquirido un aprendizaje, y que como consecuencia de él, ha habido un cambio personal muy relevante tanto en valores y actitudes personales como en conocimientos y habilidades técnicas.

Por ejemplo, percibimos que muchos de ellos, gracias al continuo diálogo que surgen en estas experiencias, han aprendido a escuchar, a tener mayor empatía y a cambiar determinados aspectos de su carácter, en los que hasta entonces no habían reparado. Incluso, también hay testimonios que han reconocido haber modificado varias creencias o prejuicios, y actualmente se muestran mucho más abiertos de mente.

El participar en este tipo de medios ha provocado que la mayoría de ellos sean mucho más críticos en general, en el contexto comunicativo actual, pero también con el propio proyecto en el que están o han estado.

Aunque reconocen algún tipo de influencia en la comunidad, suelen coincidir en el alcance limitado que tienen los medios comunitarios. Sin embargo, en la mayor parte de los casos se han convertido en facilitadores de otras experiencias comunicativas comunitarias y/o han apoyado el proceso de empoderamiento de otras personas de la propia comunidad. Además, también han apoyado activamente reivindicaciones de la comunidad y en muchas ocasiones, han conseguido lo que se reclamaba.

Por otra parte, en los casos estudiados, la sostenibilidad de este tipo de experiencias se basa principalmente en el trabajo voluntario y militante de los miembros del colectivo, lo que provoca un cansancio y un desgaste importante entre los participantes, tal y como han señalado la mayor parte de los entrevistados, y por eso, en muchos casos, acaban abandonando el proyecto.

A pesar de que no ha sido un tema muy tratado en las entrevistas, no podemos olvidar, como destaca el estudio de La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación (2016), la débil estructura jurídica que tienen los medios comunicativos comunitarios, ya que la legislación española no ha tenido en cuenta métodos propios para la adjudicación de licencias y existen condiciones como el pago de tasas y cánones, como a la SGAE, que la mayor parte de estas experiencias no puede asumir. Por este motivo, por desgracia, las condiciones precarias de este tipo de medios suele ser un punto en común entre todas ellas.

Por ello, consideramos una buena solución, que algunos medios ya han tomado, como el proyecto multimedia de El Salto, que consiste en trabajar de forma colaborativa entre diferentes experiencias comunicativas comunitarias. Para ello, confiamos que las apariciones de diversas redes que aglutinan este tipo de procesos, como la Red de investigadores de la comunicación comunitaria, alternativa y participativa (Riccap) o la Red de medios comunitarios (ReMC), entre otras, fomenten el conocimiento y la colaboración entre todas ellas para tener más fuerza y lograr de forma conjunta mayor impacto en la sociedad.

Otro punto a mejorar es la formación sobre estas experiencias tanto en las universidades como en el propio medio comunitario. De hecho, en el estudio de la juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación (2016: 54) se recoge que la mayoría de este tipo de proyectos “no han implementado planes integrales de formación que engloben los conocimientos que un individuo debe poseer para implicarse en el medio y elevar su capacitación humanística y profesional”. Y tal y como argumentan muchos de los participantes para que surja transformación personal y social es indispensables que las personas implicadas en ellos entiendan ciertos conceptos de la comunicación comunitaria y aprendan las formas de trabajo en común.

7. Referencias

- Barbas, A (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, nº 14, pp: 157-175.
- Barranquero, A. (2014). El pensamiento comunicacional de Luis Ramiro Beltrán. En Beltrán, L.R. *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*. Málaga: Luces de Gálibo.
- Barranquero A, Lema- Blanco, I. (coords.) (2016). La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD.
- Beltrán, L.R. (2007). *Adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal*. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, nº 7.
- Bertaux, D. (1999). El enfoque biográfico: su validez metodológica, sus potencialidades. *Proposiciones*, nº 29.
- Bolívar, A. (2014). Las historias de vida del profesorado. Voces y contexto. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, nº 62, pp: 711-734.
- (2002). “¿De nobis ipsis silemus?”: Epistemología de la investigación biográfico – narrativa en educación. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 4 (1). Disponible en: <http://redie.uabc.uabc.mx/vol4no1/contenido-bolivar.html>
- Binder, I; Fisher, P; Godinez, F. (2017). *Como sea. Sostenibilidad económico-administrativa en radios comunitarias de Argentina*. Buenos Aires: Ediciones del Jinete In-somne.
- Denzin, N. K. (1970). *The Research Act*. Chicago: Aldine.
- Denche, C. y Alguacil, J. (1997). *Otros movimientos sociales para otro modelo participativo y otra democracia*. Madrid: Instituto Juan de Herrera.
- Calvelo, M. (1998). La pedagogía masiva multimedial. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, vol. XXVIII, nº 4, pp: 197-205.
- Espejo, R. y Le Grand, J.L. (2009). Historias de vida, investigación y crítica existencial. *Cuestiones Pedagógicas*, nº20, pp: 69-90.
- Freire, J. (2013, septiembre 9). La educación expandida. [Mensaje en blog]. Recuperado de <http://blog.educalab.es/intef/2013/09/09/la-educacion-expandida/>
- García, J. (2013). Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España. *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº5, pp: 111-131.
- Gil Jaurena, I. (2011). La comunidad como eje de intervención, en Pérez Serrano, G. (coord.). *Intervención sociocomunitaria*. (pp: 47-66). Madrid: UNED.
- Gumucio Dragón, A. (2001). *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*, New York: Fundación Rockefeller.
- (2006). Tiempo de milagros: Tres retos de la comunicación para el cambio social. En seminario: *SinComunicación no hay desarrollo*. Lima, Perú: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- (2012). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, nº 58, pp: 26-39.
- Huergo, J. (2007). *Los medios y tecnologías en educación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Kaplún, M. (1981). La comunicación participativa como praxis y como proceso. La experiencia del cassette-foro. En: Simpson, M. *Comunicación alternativa y cambio social*. México D. F.: Universidad Autónoma de México.
- (1998). *La pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- (1999). *Producción de Programas de Radio: El guión, la realización*. Quito: Ciespal.

- (2001). *A la educación por la comunicación*. Quito: Ciespal.
- Kaplún, G. (2007), *La Comunicación Comunitaria*. En *Medios de comunicación. El escenario iberoamericano*. Fundación Telefónica.
- López Vigil, J.I. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito.
- Marí, V. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar*. Madrid: Editorial Popular.
- Mayugo, C (2015). *La confluencia entre educomunicación y comunicación comunitaria en las prácticas de creación audiovisual participativa*. (Tesis doctoral). Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España.
- Montero, D. y Moreno, J.M. (2014). *El cambio social a través de las imágenes. Guía para entender y utilizar el vídeo participativo*. Madrid: Catarata.
- Reig, D. (2009). Educación social autónoma abierta. En Zemos98 (2009). *Educación Expandida*, pp: 210-226.
- Pineau, G., Le Grand, J.L. (2013). *Les histoires de vie*, 5^e éd., Paris: Presses Universitaires de France.
- Pruaño, A. P., Cano, J. M. N., y Soriano, M. T. (2009). Historias de vida: Perspectiva y experiencia sobre exclusión e inclusión escolar. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 13(3), pp: 193-218.
- Sandoval, C. (2010). De los medios a los fines. La comunicación como bien público. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, n° 13, pp: 60-70.
- Santos, M. (2006). De la verticalidad a la horizontalidad. Reflexiones para una educación emancipadora. *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, n° 107, pp: 39-64.
- Villanueva, S., Barranquero, A., Ramos, J. (2016). Los medios comunitarios, libres y ciudadanos en el Estado español. Territorios, tecnologías y valores. *Cultura, lenguaje y representación / culture, language and representation. Revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I*. Vol. 15.